

Une « lex Nivea » pour de justes prix ?

dossierpolitique

26 novembre 2012 Numéro 24

Différenciation des prix avec l'étranger Bien souvent et surtout pour les produits importés, le prix de vente final pour le consommateur est plus élevé en Suisse qu'à l'étranger. Cela tient essentiellement au fait que la Suisse n'est pas membre de l'Union européenne et que son marché est cloisonné par des réglementations étatiques. Le niveau plus élevé des salaires qui sont versés dans notre pays joue également un rôle non négligeable. Une motion de la conseillère nationale Prisca Birrer-Heimo (PS) demande désormais que les centres de distribution situés à l'étranger soient obligés d'approvisionner les entreprises ou les consommateurs en Suisse aux prix et conditions applicables à l'étranger. Cette proposition apparemment séduisante aurait toutefois de graves conséquences. L'État interviendrait massivement sur des marchés concurrentiels et la COMCO devrait déterminer le « juste » prix. Étant donné que les prestataires étrangers pourraient se mettre à l'abri des interventions, la motion pénaliserait surtout les producteurs suisses, en entravant leur accès aux marchés étrangers.

Position d'economiesuisse

▶ L'État ne doit pas s'immiscer dans le mécanisme de fixation des prix sur les marchés concurrentiels. Seul un dysfonctionnement du marché légitime une intervention. La motion Birrer-Heimo et les propositions allant dans le même sens ne permettront jamais de régler le problème des « prix majorés pour la Suisse ».

▶ Pour tendre à un niveau des prix plus bas, il faut intensifier la concurrence et faire disparaître les entraves tant tarifaires que non-tarifaires au commerce.

▶ La problématique des produits *incontournables ou impératifs* (« must-in-stock ») est un maigre argument en faveur d'une « lex Nivea », car les leaders du commerce de détail disposent déjà d'une puissance significative sur la demande.

▶ Les rapports de concurrence sont fondamentalement dynamiques. L'expérience avec le franc fort montre que les prix des produits importés s'adaptent.

Personne n'aime « payer trop » pour un produit ou une prestation, ni du côté de la production ni du côté de la consommation. Le mécontentement grandissant, provoqué par le sentiment de discrimination, est donc fort compréhensible et nul ne s'étonne de voir les importantes différences de prix faire si souvent la une. Reste à savoir si une discussion morale sur le « juste » prix est utile et vers quelles mesures l'on devrait tendre.

La Suisse, îlot de cherté : ce que nous savons, ou croyons savoir

► La Suisse affiche le niveau des prix le plus élevé d'Europe, devant la Norvège et le Danemark.

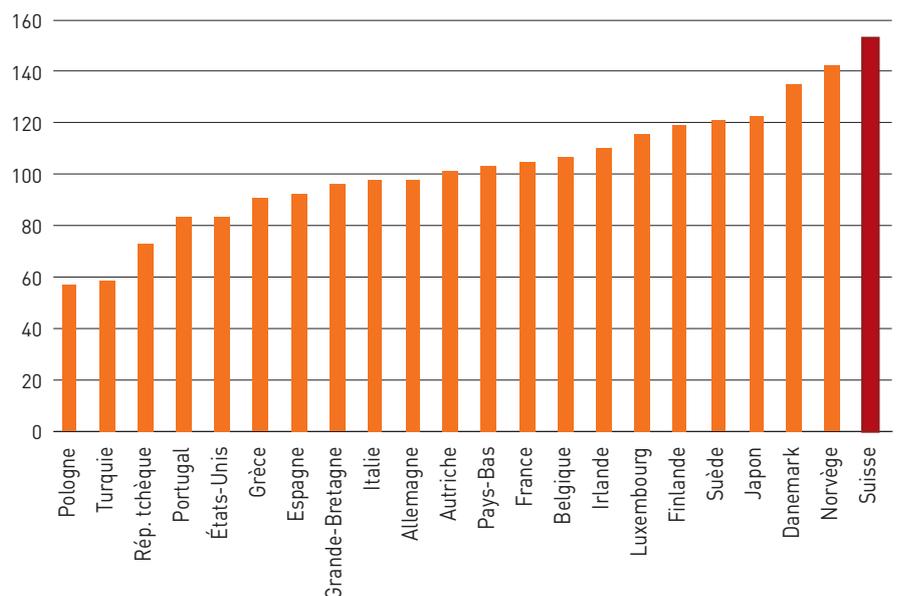
Les prix en Suisse sont nettement plus élevés qu'à l'étranger. Eurostat estime que, mesurés aux dépenses de consommation individuelle, les prix suisses sont 57 % plus chers que dans la moyenne des pays de l'UE-15. Comme le montre le graphique 1, le niveau des prix en Europe est le plus élevé en Suisse, suivie de la Norvège et du Danemark. Il s'agit certes d'une estimation approximative, mais les différences avec l'étranger n'en sont pas moins frappantes. Les prix ont de plus été mesurés du point de vue des consommateurs et donc, sans tenir compte des taux de TVA, qui accentueraient davantage ces différences.

Graphique 1

► Malgré une TVA modérée, les prix des biens de consommation sont parfois beaucoup plus élevés en Suisse que dans d'autres pays.

Niveaux de prix comparatifs des ménages

(UE-15 = 100)



Source : Eurostat 2012

► Les prix des produits alimentaires sont particulièrement élevés en Suisse. En comparaison de l'UE-15, la viande y coûte plus du double.

Cependant, ces différences varient fortement selon le produit ou la prestation. Le tableau ci-dessous montre que les écarts de prix par rapport aux États voisins sont particulièrement marqués dans l'alimentation avec, en première position, la viande, qui est, en moyenne, plus de deux fois plus chère en Suisse que dans les pays de l'UE-15. Les loyers (charges locatives incluses) atteignent presque le double en Suisse et les soins de santé y coûtent même 60 % de plus qu'à l'étranger.

En comparaison, les produits électroniques tels que les appareils photographiques – qui sont pour ainsi dire exclusivement importés – ne sont guère plus chers que de l'autre côté de la frontière. Les tapis et autres revêtements de sol (non corrigés des différences de TVA) sont même plus avantageux en Suisse qu'en Italie, en Autriche ou en France.

Ce qui est également marquant, ce sont certaines différences de prix entre la France, l'Autriche, l'Italie et l'Allemagne. Ainsi, les fruits, légumes et pommes de terre sont 40 % plus chers en Autriche qu'en Italie. Force est donc de constater qu'au sein de l'UE aussi, les prix varient fortement.

Tableau 1

► Niveaux de prix comparatifs (UE-15=100)

Groupe de produits	Suisse	Allemagne	Italie	Autriche	France
Dépense de consommation individuelle	157,0	98,4	98,1	101,6	105,4
Denrées alimentaires	151,3	104,6	101,4	110,9	103,6
Viande	203,5	114,7	100,9	116,0	110,1
Lait, fromage, œufs	133,1	88,9	119,4	96,5	96,0
Huiles et graisses comestibles	181,8	106	106,1	118,0	99,2
Fruits, légumes, pommes de terre	128,2	117,2	84,1	120,0	109,0
Boissons non alcoolisées	120,5	102,2	88,5	105,1	91,4
Habillement et chaussures	138,7	102,6	100,5	103,1	102,0
Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles	199,0	98,9	95,0	91,8	112,3
Electricité, gaz et autres combustibles	103,6	109,7	99,5	101,0	94,2
Aménagement intérieur, équipement et ménage	124,8	94,3	102,3	105,2	106,6
Articles d'ameublement, tapis et autres revêtements de sol	99,8	91,8	106,8	101,1	106,9
Appareils électroménagers	122,0	90,5	105,5	96,0	103,9
Santé	160,4	92,3	110,5	104,4	106,0
Trafic	118,6	102,9	92,6	103,7	101,6
Communications	117,8	79,4	101,8	92,0	114,5
Loisirs et culture	138,9	100,1	101,7	105,4	101,4
Équipements audiovisuels, photo et informatiques, et accessoires	110,5	98,9	107,0	106,8	100,5
Restaurants et hôtels	152,4	100,1	104,1	102,3	100,3

Source : Eurostat 2012

Outre la cherté des loyers et des soins de santé, ce sont avant tout les prix élevés des produits alimentaires qui frappent. La raison en est le cloisonnement du marché agricole suisse par des droits de douane élevés et des entraves non-tarifaires au commerce, du genre contingents. À l'instar de la motion Darbellay - qui veut suspendre les négociations sur un accord de libre-échange et qui a été acceptée - les décideurs politiques ne semblent guère s'en soucier. En revanche, leur élan reste intact dans la lutte contre le niveau des prix élevé des produits importés dans le secteur non-alimentaire, où les différences de prix sont considérées comme dommageables. Ils acceptent tacitement le tourisme d'achat pour l'alimentation, mais se disent scandalisés, lorsqu'on indique que celui-ci encourage la concurrence.

► De nombreuses comparaisons de prix spontanées montrent que les produits (de marque) importés sont vendus bien plus chers en Suisse qu'à l'étranger.

Les prix de vente appliqués en Suisse pour les biens importés dépassent souvent de beaucoup ceux pratiqués à l'étranger. Une étude systématique fait cependant défaut dans ce domaine. Les écarts présentés dans le tableau 1 se rapportent aux prix de vente finale, sans distinguer s'il s'agit de produits suisses ou importés. Les différences de prix pour les produits importés sont dès lors,

par nécessité, généralement documentés à travers des exemples isolés¹. Dans certains cas, le prix de vente en Suisse représente le double de celui à l'étranger. On trouve cependant aussi régulièrement des produits qui, un jour de référence précis, sont vendus moins chers en Suisse.

► La liste comparative sur le nouveau portail des organisations pour la protection des consommateurs s'est enrichie, mais la sélection est faussée et répond à des motivations stratégiques.

Le nouveau portail Internet des organisations pour la protection des consommateurs compare une palette toujours plus large de produits, avec quelque 650 articles de cinq catégories (alimentation, cosmétiques, vêtements, chaussures, magazines) dans cinq pays (Suisse, Allemagne, Autriche, France, Italie). Loin de fournir un inventaire objectif, la comparaison se résume à une photo prise à un moment donné, avec quelques détails. Son objectif est en effet de trouver des produits pour lesquels ses auteurs suspectent une forte majoration de prix par rapport à l'étranger. Le site invite d'ailleurs explicitement les consommateurs à signaler les produits correspondant à ce critère. Cette mise au pilori (« name and shame ») traduit une volonté stratégique, et démontre le désintérêt le plus total quant à la véritable situation sur le front de la fixation des prix. Sur le plan statistique, nous sommes en présence d'un biais classique affectant la sélection. Les « promotions » proposées régulièrement en Suisse sont d'ailleurs totalement absentes². Rappelons aussi l'importance du choix des détaillants dans chaque pays³. À quoi peut servir de comparer les prix des produits entre un prestataire spécialisé et un grand distributeur ? Le diable se cache dans les détails. Ainsi, l'approche choisie veut délibérément éviter la publication de différences de prix moyennes, celles-ci étant faussées, et se contente de présenter de nombreux exemples isolés, dans le but de confirmer l'impression selon laquelle les prix sont souvent bien plus élevés en Suisse que chez nos voisins européens.

► La crème Nivea était plus chère en Autriche et en Italie que chez les gros détaillants suisses, mais moins chère en Allemagne et en France.

Prenons l'exemple classique de la crème Nivea dans sa fameuse boîte bleue. Selon les relevés des organisations pour la protection des consommateurs effectués au mois d'août 2012, la boîte coûtait 2,95 francs (TVA incluse) chez les gros détaillants et chez Manor. Comme on pouvait s'y attendre, elle se vendait presque 30% moins cher en Allemagne, soit au prix de 2,11 francs. Celui-ci a cependant été enregistré chez un distributeur spécialisé en articles de droguerie, difficilement comparable à une Coop ou à une Migros. Le tableau 2 montre aussi que, par endroits, le prix de la boîte de crème Nivea était bien plus élevé en Italie et en Autriche qu'en Suisse⁴.

¹ Cf. 20 Minuten (<http://www.20min.ch/finance/news/story/29602334>), Kassensturz <http://www.kassensturz.sf.tv/Nachrichten/Archiv/2011/02/15/Themen/Konsum/Im-Ausland-immer-noch-viel-billiger>

² Appel sur www.barometredesprix.ch: « Vous avez repéré un produit dont le prix est sensiblement différent en Suisse et à l'étranger et qui ne figure pas sur notre site ? »

³ Denner, Aldi et Lidl ne sont pas pris en compte pour la Suisse.

⁴ Par endroits, la boîte de crème Nivea était moins chère en Suisse qu'en Allemagne.

Tableau 2

► Comparaison de prix pour la boîte de crème Nivea

Pays, distributeur	CHF/150 ml	Diff. de prix avec CH (en %)
DE, dm Drogeriemarkt	2,11	- 28 %
DE, Kaufland	2,11	- 28 %
DE, Rewe	2,28	- 23 %
FR, Intermarché	2,32	- 21 %
FR, Carrefour	2,80	- 5 %
FR, Casino	2,90	- 2 %
CH, Migros	2,95	0 %
CH, Coop	2,95	0 %
CH, Manor	2,95	0 %
IT, Bennet	3,02	2 %
IT, Carrefour	3,19	8 %
IT, Coop	3,49	18 %
AT, dm Drogeriemarkt	3,81	29 %
AT, Bipa	4,82	63 %

Source : www.preisbarometer.ch

► À la suite de l'appréciation du franc, les prix à l'importation ont tout de même finis par s'adapter.

L'appréciation rapide du franc suisse durant l'été 2011 a ramené sur le devant de la scène politique et publique la problématique suisse de l'îlot de cherté. Les prix à l'importation sont-ils revenus à la normale depuis ou le franc fort a-t-il juste servi à améliorer les propres marges ? L'expérience dans ce domaine montre que les prix des produits importés finissent toujours par s'adapter, bien qu'avec un certain retard et pas toujours complètement. Pour les produits industriels, l'adaptation a été plutôt rapide et exhaustive⁵. Pour les produits de consommation, les avantages de cours de change sont transmis moins vite parce que la part des frais nationaux est plus grande⁶. Mais même après l'adaptation, l'écart des prix par rapport à l'étranger reste souvent important.

Le présent dossierpolitique se penche sur les raisons du niveau des prix surfaits pour les biens importés, sur les conséquences économiques et sur les mesures envisageables.

⁵ Selon une étude actuelle portant sur la Suisse, les prix des biens industriels importés (2004 à 2011) se sont adaptés à presque 100 % au terme de deux à trois trimestres. Cf. D. Faucelia, A. Shingal, M. Wermelinger (2012) : Natural hedging of exchange rate risk : The role of imported prices. Université de St-Gall. Une étude menée il y a cinq ans par la BNS estime que les prix à l'importation réagissent à 40 % environ aux variations des taux de change (Stulz (2007) : Exchange rate pass-through in Switzerland : Evidence from vector autoregressions. Swiss National Bank Economic Studies n°4 2007). Le SECO établit des ordres de grandeur semblables à ceux de Stulz (P. Balastèr (2011) : La transmission des gains d'achat réalisés grâce au franc fort. Dans : La Vie économique, Revue de politique économique 11-2011).

⁶ Cf. étude du SECO mentionnée plus haut (2011). Le Surveillant des prix donne plusieurs exemples d'articles de marque dont le prix en Suisse a baissé en relation avec le franc fort. Les avantages de change ont donc été répercutés, du moins partiellement. Hans Meierhans (2012) : Franc fort et prix. Département fédéral de l'économie, Berne.

Petite leçon d'économie politique : Le « juste » prix n'existe pas

► Les discussions politiques tournent malheureusement autour de la question du « juste » prix pour les biens importés.

► Côté coûts, la différence de prix est due au niveau élevé des salaires, des loyers et des frais de distribution.

► Désavantages dus à la taille : dans un petit marché comme la Suisse, les coûts moyens dépassent proportionnellement ceux d'un grand marché comme l'UE.

Les discussions menées au sujet du prix des biens importés s'accompagnent souvent de réflexions sur leur équité. Ces prix seraient surfaits, arbitraires, voire abusifs. L'on suit ainsi la voie de l'éminent docteur de l'Église saint Thomas d'Aquin (1225-1274) qui, dans son œuvre majeure, la Somme théologique (*summa theologica*), traite abondamment de la valeur équitable⁷. Selon lui, la recherche d'égalité dans l'échange doit se référer à la valeur intrinsèque des choses réalisées par le travail et les efforts des producteurs. Et il faut prendre en compte le coût raisonnable de production pour déterminer le « juste » prix. Commençons donc à parler des coûts.

À l'évidence, les différences de prix entre la Suisse et l'étranger s'expliquent *en termes de coûts*. Les salaires, les loyers des magasins, la surface de vente par habitant pour le commerce de détail, les frais de distribution et la redevance sur le trafic des poids lourds liée aux prestations (RPLP) sont bien plus élevés en Suisse que chez ses voisins et poussent les coûts à la hausse. Les frais de dédouanement, le temps d'attente à la frontière et les documents pour les produits originaires génèrent – en comparaison des pays européens qui disposent d'un marché intérieur plus vaste – des coûts plus élevés. En revanche, certains postes comme les charges d'intérêts sont plus petits en Suisse qu'à l'étranger. Sans oublier le taux de TVA, plus faible et donc moins lourd dans le prix de vente finale. Dans l'ensemble, les facteurs d'augmentation des prix sont par conséquent en surnombre.

L'exiguïté du marché suisse est également un facteur poussant les prix à la hausse ; cet élément est cependant souvent négligé dans les discussions. Mettre à profit les économies d'échelle y est plus difficile qu'en Allemagne, par exemple, qui compte dix fois plus d'habitants. Les économies d'échelle existent aussi pour les produits importés, surtout dans le domaine de la distribution (dédouanement, transport, organisation nationale, service). En accroissant les quantités vendues, on diminue d'autant ces coûts par unité. La relation est moins évidente dans la prospection du marché (publicité, promotions). Si les coûts moyens baissent avec les quantités vendues, l'accroissement des ventes nécessite cependant de renforcer les activités de prospection, ce qui augmente à nouveau les coûts. C'est précisément ce qui se passe sur le marché suisse, exigu et plutôt saturé.

Même pour les produits importés, une grande part des coûts est générée sur le territoire suisse, où ils sont plus élevés qu'à l'étranger. Plus la valeur ajoutée produite à l'échelle nationale est élevée, plus la différence de prix causée par les différents éléments de coût est importante. Le tableau 3 présente un petit exemple de calcul. Celui-ci part du principe que les coûts à l'étranger sont 30 % plus bas. Si la part de valeur ajoutée suisse représente un quart, la différence au niveau du prix de vente finale atteint 10 % environ. Si la moitié ou trois quarts des coûts sont générés en Suisse, la différence de prix passe respectivement à 18 % et à 24 %. Une variation des coûts peut ainsi « justifier » un prix majoré jusqu'à 24 % en Suisse.

Tableau 3

► Exemple de calcul des différences de prix avec l'étranger pour un produit importé

Coûts Suisse	Coûts étranger	Valeur ajoutée Suisse	Prix de vente final Suisse	Différence de prix avec l'étranger
100	70	25 %	77,5	9,7 %
100	70	50 %	85,0	17,6 %
100	70	75 %	92,5	24,3 %

⁷

Saint Thomas d'Aquin (1265-1273), *Summa Theologica*, II II q 77

► Les prix élevés sont étroitement liés au niveau des salaires.

► Le prix suisse est plus élevé qu'à l'étranger – sans lien aucun avec une quelconque équité ou iniquité, mais simplement du fait du marché.

Côté demande

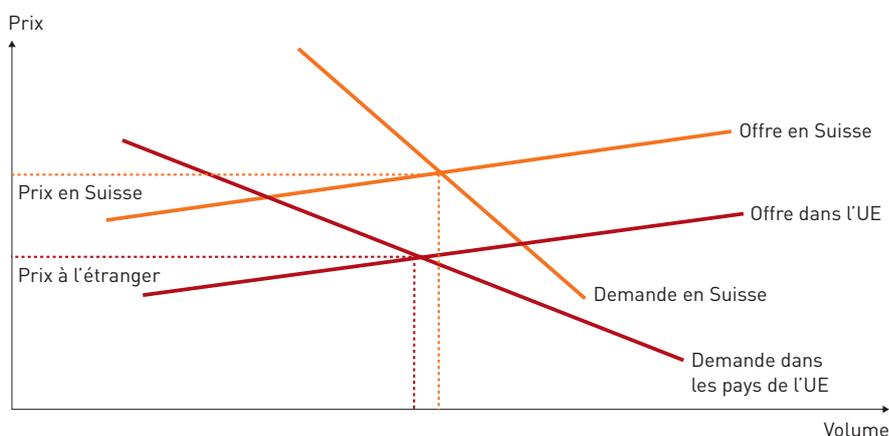
Côté demande, les salaires supérieurs constituent sans doute la première cause du niveau des prix élevé en Suisse. En comparaison internationale, le pouvoir d'achat des salariés suisses est sensiblement plus grand et, par conséquent, la demande plus forte. Les hauts revenus n'entraînent donc pas seulement des coûts plus élevés, mais poussent aussi les consommateurs suisses à accepter des prix plus élevés. Pour un peu plus de qualité, ces derniers semblent d'ailleurs volontiers payer des prix même fortement majorés. Dans la téléphonie mobile ou pour les caisses maladie, on observe ainsi chaque année que seuls peu de clients changent de prestataire pour profiter de prix plus avantageux. La Suisse affiche donc non seulement une demande globale plus élevée, mais aussi une élasticité moindre de la demande par rapport aux prix. Un prestataire qui augmente ses prix perd moins de clients en Suisse que dans un pays comparable de l'UE.

Le graphique 2 reprend les raisons, côté coûts et côté demande, aux différences de prix entre la Suisse et l'étranger dans une situation de concurrence parfaite entre les prestataires, permettant aux importateurs de calculer les prix sur la seule base des coûts. À cause du niveau plus élevé des salaires en Suisse, la courbe de la demande se situe plus à droite que dans un pays européen de la même taille et à cause de l'élasticité moindre de la demande par rapport aux prix, elle est plus inclinée. En outre, les coûts suisses plus élevés poussent la courbe de l'offre vers le haut. En comparaison d'un pays de l'UE, les prix se situent à un niveau supérieur sans que les quantités vendues ne diminuent. Le prix suisse est plus élevé qu'à l'étranger – sans lien aucun avec une quelconque équité ou iniquité, mais simplement du fait du marché.

Graphique 2

► La différence de prix entre la Suisse et l'UE découle des différences au niveau de l'offre et de la demande.

Niveau des prix majoré pour produits importés



Source : economiesuisse

Par conséquent, se concentrer juste sur l'offre est simpliste. La demande est tout aussi déterminante pour le prix. C'est de leur plein gré que les consommateurs achètent un produit au prix offert. En conclusion, le niveau des prix en Suisse augmente en raison de facteurs liés aux coûts *et* à la demande.

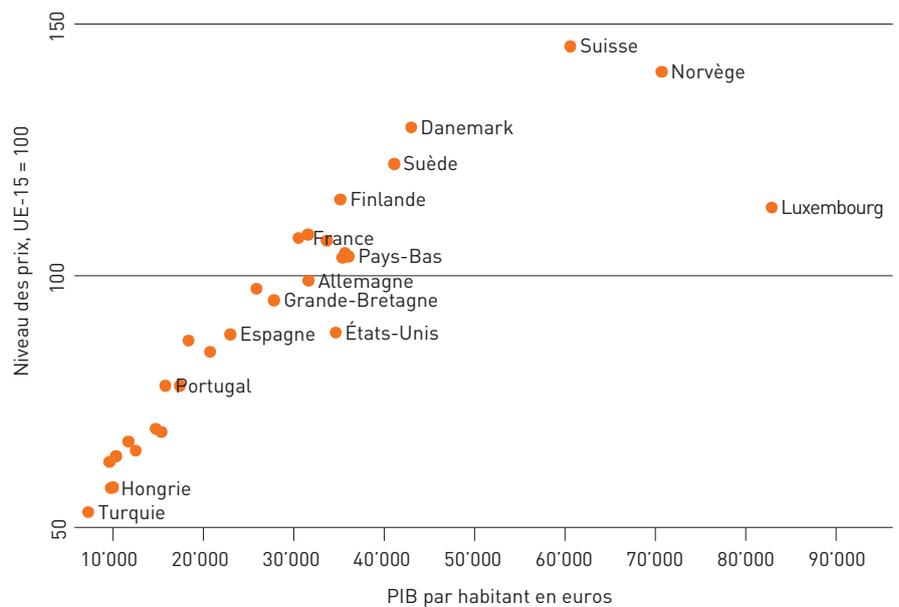
► Le niveau des prix d'un pays a tendance à augmenter avec sa performance économique.

Cela étant, un facteur central influence tant l'offre que la demande : le niveau des salaires plus élevé en Suisse. Pour confirmer l'hypothèse établie dans la discussion précédente, il suffit d'une petite comparaison internationale. Les pays avec des prix élevés sont généralement aussi ceux à haut revenu. Le graphique ci-après montre clairement ce lien : plus le produit intérieur brut (PIB) par habitant est haut, plus le pays est cher. Seul le Luxembourg fait exception, car le niveau des prix dans ce pays très exigu est fortement influencé par ses voisins français, belges et allemands. Le PIB et le niveau des prix sont étroitement liés : environ 90 % des différences de prix entre pays peuvent être attribués aux variations du PIB par habitant⁸. Cela ne répond toutefois pas à la question du lien de causalité. Quelle est la valeur dominant l'autre ? Peut-on verser des salaires élevés parce que les prix sont élevés, ou les prix sont-ils fixés à un haut niveau dans un pays à haut revenu ? Le doute subsiste. Les niveaux des salaires et des prix s'influencent mutuellement. Les consommateurs suisses peuvent s'offrir un panier de produits particulièrement bien garni, comme le rappelle la dernière édition de « Prix et salaires 2012 », qui étudie 72 villes dans 58 pays⁹.

Graphique 3

► La performance économique et le niveau des prix s'influencent mutuellement. La Suisse se situe à un haut niveau pour les deux paramètres.

PIB par habitant (eu euros) et niveau des prix



Source : Eurostat 2012

⁸ Équation d'estimation :
 Niveau des prix = 49,45 + 0,0016 * PIB par habitant en euros
 (17,12) (16,66)
 Hors Luxembourg, valeurs t entre parenthèses, R² corrigé de 0,91.

⁹ Andreas Höfert, Daniel Kalt (2012): Prix et salaires. Dans: CIO Wealth Management Research UBS, septembre 2012

Différenciation des prix par marché, ou le rôle du prix

Dans la réalité, il n'y a pour ainsi dire aucune chance de trouver une pure concurrence entre prestataires telle que suggérée dans le graphique 2 et il n'existe pas davantage de différences de prix avec l'étranger pouvant s'expliquer par des critères purement objectifs. À noter que, dans l'équilibre du marché selon le graphique 2, les prestataires ne font pour ainsi dire pas de bénéfices en Suisse, tandis que le surplus du consommateur est très grand¹⁰, ce qui n'est pas particulièrement attrayant pour les prestataires. Ils tentent dès lors de se distinguer des concurrents par des produits plus performants, plus innovants ou plus jolis, afin que les consommateurs acceptent des prix plus élevés. Autant dire qu'ils n'y parviennent pas tous, mais certains prestataires obtiennent des prix très intéressants parce que leurs produits sont particulièrement appréciés des consommateurs. Sur de nombreux marchés, ils ne sont qu'une poignée à courtiser les clients ; dans les marchés de vente finale de voitures, appareils électriques, cosmétiques, etc., ils forment des oligopoles de trois à dix entreprises. Les prestataires bien établis peuvent par ailleurs mettre à profit leur réputation et exiger des prix qui dépassent leurs coûts. À noter que les oligopoles tentent de s'imposer ainsi à l'étranger, tout comme en Suisse.

La Suisse favorise la différenciation des prix

Comme nous l'avons vu, les prestataires tentent de différencier les prix selon les marchés pour réaliser des bénéfices. Mais comment se fait-il qu'ils arrivent si bien à imposer des prix plus chers en Suisse qu'à l'étranger ?

► La non-participation au marché européen a un prix.

► La première raison est l'existence d'une frontière physique et de spécificités réglementaires qui délimitent le marché suisse de l'étranger. Les contrats bilatéraux n'y changent rien : la Suisse *ne fait pas partie du marché européen*. À cause des horaires des douanes et de l'interdiction de circuler la nuit, il est impossible de garantir que les marchandises soient en tout temps disponibles en Suisse. D'où la nécessité d'entrepôts de stockage intermédiaire, en tout cas pour les grandes quantités. Les frais de dédouanement et les réglementations différentes s'appliquant en Suisse contribuent également à séparer le marché suisse du marché européen. Pour les petits importateurs parallèles avec des quantités limitées, cela pèse bien plus lourd que pour les entreprises établies ; et il arrive que les importations parallèles n'en valent pas la peine, même si les différences de prix sont plus grandes que les coûts engendrés. La non-participation au marché européen offre ainsi un moyen fort simple de différencier les prix. Certains écarts de prix avec l'étranger peuvent même rester indéfiniment. Mais si la compétition entre différents prestataires d'un même produit (concurrence intramarque) fonctionne, ils ne peuvent cependant pas devenir trop importants.

► La deuxième raison tient à un effet annexe peu évoqué du *niveau des prix trop élevé pour les produits alimentaires* et les branches axées sur le marché intérieur. Qui dit niveau des prix plus élevé dit coût de la vie plus élevé. Ces indices servent de référence lorsque les groupes internationaux fixent leurs prix. Par conséquent, si le coût de la vie en Suisse se situe en moyenne 40 % au-dessus de celui en Allemagne, de nombreuses entreprises fixent les prix avec une majoration dans le même ordre de grandeur. Autrement dit, les producteurs étrangers contribuent aux prix élevés en Suisse et cimentent la situation. Dans ce cas de figure, la fixation de prix surfaits par de nombreux importateurs ne relève pas d'une entente cartellaire explicite, mais d'un comportement parallèle s'imposant dans le contexte. Sur les marchés oligopolistiques, l'entente

¹⁰ Le surplus du consommateur désigne la différence entre le prix du marché et la courbe de la demande, c.-à-d. le prix que l'on serait prêt à payer.

cartellaire implicite favorise ce même phénomène. Lorsque la concurrence fonctionne, l'incitation à gagner des parts de marché via une baisse des prix devrait cependant tôt ou tard aboutir à une diminution des prix.

► La concurrence dans le commerce de détail n'est pas assez vive en comparaison de l'étranger.

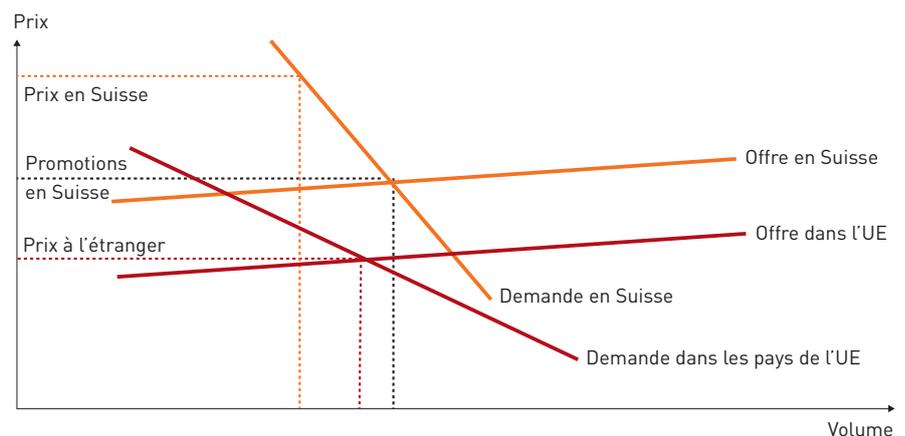
► La troisième raison est la compétition peu développée. Dans le commerce de détail notamment, la domination des grands distributeurs limite la concurrence. Ils occupent les sites attractifs et entravent ainsi notablement l'accès au marché. Vis-à-vis des fournisseurs, ils jouent en outre de leur grande puissance sur le marché et peuvent ainsi influencer la situation de concurrence en leur faveur. Avec l'arrivée d'Aldi et de Lidl, les choses ont certes un peu changé, mais la concentration sur le marché reste trop importante pour une concurrence soutenue. Autre difficulté : Migros et Coop n'ont pas forcément intérêt à ce que le prix des produits de marque baisse, car ils concurrenceient alors davantage leurs produits maison.

Le graphique 4 illustre ces réflexions. Vu la grande disponibilité à payer de la clientèle suisse et la faible élasticité de la demande par rapport aux prix, les importateurs fixent pour le marché suisse un prix qui se situe clairement au-dessus des coûts de l'offre. Contrairement à la situation d'équilibre dans le graphique 2, les quantités vendues en Suisse sont ici inférieures. Une part non négligeable des ventes moindres en Suisse est cependant compensée par des rabais de volume, des remises ou des promotions, grâce auxquels le prix est sensiblement diminué. Cette approche permet au prestataire de s'approprier une partie du surplus des consommateurs et d'engranger des bénéfices en conséquence. Les intérêts des grands distributeurs sont ici concordants, car les promotions et rabais fréquents permettent de maintenir le niveau des prix élevé sans perdre de clients. Cela augmente non seulement leur marge moyenne, mais permet aussi de commercialiser les produits maison comme alternatives plus avantageuses.

Graphique 4

► Une concurrence intramarque ou intermarques faible ou nulle se traduit par un niveau des prix supérieur.

Niveau des prix majoré pour produits importés avec discrimination par les prix



Source : economiesuisse

Le résultat sur le marché dépend dès lors du degré d'intensité que la compétition atteint entre les vendeurs d'une marque (*concurrence intramarque*) et entre les différentes marques (*concurrence intermarques*). Plus la concurrence intermarques et la concurrence intramarque sont vives, plus le prix se rapproche du niveau d'équilibre selon le graphique 2 et ainsi donc du prix économiquement efficace.

► Il suffit d'une concurrence entre les marques efficace pour que les différences de prix restent faibles.

Si le producteur étranger arrive à empêcher les importations parallèles vers la Suisse, il court-circuite complètement la concurrence intramarque, tel que le montre l'exemple dans le graphique 5. Si par contre la concurrence intermarques fonctionne, le prestataire perd tout de même trop de clients sur le plus long terme. Selon la doctrine actuelle, une *concurrence intermarques pure et parfaite suffit* pour diminuer activement et durablement les majorations de prix. En combinaison avec une compétition soutenue entre vendeurs d'une même marque, les consommateurs bénéficieraient alors plus vite de prix qui évolueraient dans un contexte tel que celui présenté dans le graphique 2. Et les majorations de prix en Suisse découleraient avant tout des coûts plus élevés. Le prix qui s'établirait dans les faits serait celui résultant de la concurrence.

Si le producteur ne parvient pas à réellement entraver les importations parallèles, celles-ci montent en flèche si les prix en Suisse sont trop élevés. Les canaux d'importation officiels voient alors leur part de marché diminuer et doivent financer les coûts locaux plus élevés (frais de distribution, mesures publicitaires sur un marché exigu) par des ventes plus faibles, ce qui les oblige à baisser les prix. La concurrence intramarque déploie ses effets. Les importateurs parallèles provoquent une situation semblable à celle du graphique 2. Même si le niveau des prix en Suisse reste légèrement au-dessus de celui à l'étranger, les différences de prix se limitent au volume des coûts plus élevés.

Avantages de la différenciation des prix

La différenciation des prix par marchés n'est pas une mauvaise chose en soi, car elle présente aussi des avantages économiques.

Lorsque des prestataires nationaux doivent faire des concessions sur les prix à l'étranger afin de pouvoir vendre leur marchandise, les effets en retour peuvent être positifs pour la Suisse. L'accroissement des quantités vendues leur permet de profiter des économies d'échelle et ainsi de faire baisser les coûts moyens. Des prix plus bas peuvent aussi accompagner judicieusement le lancement d'un produit suisse à l'étranger, afin de pouvoir d'abord y acquérir une solide base de clients. Même si les prix restent un peu en deçà du coût complet, la prospection du marché conduit à une meilleure utilisation de la production suisse. De telles différenciations des prix s'avèrent donc fructueuses parce qu'elles garantissent des emplois en Suisse et y ouvrent la voie aux baisses de prix.

Avec une différenciation des prix, les produits et prestations sont accessibles à davantage de clients que sans. Tandis que les clients avec une faible disponibilité à payer renoncent à acheter lorsqu'ils sont confrontés à un prix unitaire, ils bénéficient d'offres attrayantes grâce à la différenciation des prix. Personne ne s'offusque du fait que les emballages de famille ou les promotions «3 au prix de 2» sont plus avantageux que les emballages individuels. Dans les marchés vivants, les différenciations de prix constituent la règle plutôt que l'exception (rabais pour étudiants, pour commandes anticipées ou de quantité).

À cause de son niveau des prix élevé, la Suisse est un marché test intéressant. L'introduction de produits a d'ailleurs tendance à s'effectuer plus tôt ici que sur d'autres marchés. Et le consommateur en profite¹¹.

¹¹ La forte concentration sur le marché du commerce de détail atténue cependant l'attrait de la Suisse.

Réviser la loi sur les cartels pour lutter contre l'îlot de cherté ?

► Le Conseil fédéral propose de réviser la loi sur les cartels pour lutter contre l'îlot de cherté.

Dans sa lutte contre l'îlot de cherté, le Conseil fédéral propose une révision de la loi sur les cartels. La pièce maîtresse en est l'interdiction partielle des cartels. Contrairement à la réglementation en vigueur, il n'importera plus si une entente restrictive de concurrence touchant le prix, la quantité ou la région entrave notablement la concurrence ou non. La COMCO pourra désormais poursuivre plus facilement les participants au marché qui cloisonnent activement le marché suisse. Comme le montrent les jugements déjà prononcés (BMW, Nikon, Gaba ; IFPI/DVD), le droit en vigueur permet aujourd'hui déjà à la COMCO d'intervenir contre les entreprises qui, au moyen de contrats d'exclusivité, empêchent les importations parallèles vers la Suisse. La nouveauté introduite par l'interdiction partielle des cartels est l'abandon de l'examen obligatoire quant à l'importance de l'entente, ce qui devrait accélérer les procédures. Le signal lancé contre les pratiques en matière de cloisonnement est très clair : il faut renforcer la concurrence intramarque¹².

► La révision de la loi sur les cartels vise les participants au marché qui empêchent les importations parallèles au moyen de contrats d'exclusivité.

L'approche du Conseil fédéral est la bonne en ce sens qu'elle ne veut pas agir directement sur le prix. En fait, elle vise les participants au marché qui cloisonnent le marché suisse au moyen de contrats. En conséquence, les autorités de la concurrence ne sont plus tenues d'examiner ce qu'est un prix «justifié», mais peuvent se concentrer sur le *comportement* des participants au marché.

Cela ne couvre cependant pas les cas de figure où des prestataires étrangers contrôlent intégralement la distribution en l'organisant directement à travers leurs filiales. Dans le droit de la concurrence, les entreprises sont considérées comme des unités et la COMCO ne peut pas entreprendre de démarches contre leurs réglementations internes.

► La motion Birrer-Heimo veut fixer les prix des biens importés.

Motion Birrer-Heimo : préjudiciable, inappropriée et inapplicable

La motion de la conseillère nationale Prisca Birrer-Heimo (PS) veut introduire une obligation d'approvisionnement les commandes émanant de Suisse à l'étranger aux prix et conditions qui y sont applicables. La loi sur les cartels doit être complétée par un article sur les différences de prix abusives, selon lequel les entreprises agissent de façon illicite si elles refusent d'approvisionner les entreprises ou les consommateurs en Suisse par l'intermédiaire des centres de distribution situés à l'étranger, aux prix et conditions applicables à l'étranger, ou si elles prennent des mesures pour empêcher que des tiers puissent, pour satisfaire des commandes, fournir des produits en Suisse.

Pour les non-économistes, l'idée semble séduisante : si le prestataire étranger applique des prix plus élevés en Suisse, les acheteurs peuvent se faire livrer par la filiale étrangère, à un prix plus intéressant. L'idée est d'intensifier la concurrence intramarque et d'admettre uniquement les différences de prix avec l'étranger se justifiant en termes de coûts, ce qui rejoint l'idée de saint Thomas d'Aquin selon laquelle il existerait un «juste» prix. Un prix qui découlerait de faits objectifs (à savoir les conditions à l'étranger) et qui serait – avec la définition pure et parfaite – déclaré d'une manière transparente et éternelle aux autorités helvétiques, lesquelles lutteraient ensuite rigoureusement contre les prix «abusifs».

¹² Le renforcement du droit sur les cartels peut aisément conduire à des interventions excessives de l'État. Pour une discussion approfondie sur la proposition du Conseil fédéral, cf. Thomas Pletscher (2012) : Droit suisse des cartels à l'orée d'un changement radical. *economiesuisse dossierpolitique n° 12*, http://www.economiesuisse.ch/fr/PDF%20Download%20Files/2012-06-11_DP_Cartels.pdf

L'UE toute en retenue

La Suisse, tout comme l'UE, fait preuve d'une grande retenue en matière d'interventions. À ce sujet, elle précise au chiffre 75 de ses orientations du 24 février 2009 sur les pratiques d'éviction abusives des entreprises dominantes :

«Pour fixer ses priorités en matière d'application, la Commission part du principe que, d'une manière générale, une entreprise, qu'elle soit ou non dominante, devrait avoir le droit de choisir ses partenaires commerciaux et de disposer librement de ses biens. La Commission considère par conséquent qu'une intervention fondée sur le droit de la concurrence doit être soigneusement pesée lorsque l'application de l'article 82 risque de déboucher sur l'imposition d'une obligation de fourniture à l'entreprise dominante. L'existence d'une telle obligation – même contre une rémunération appropriée – peut dissuader les entreprises d'investir et d'innover et, partant, léser les consommateurs. Le fait de savoir qu'une obligation de fourniture peut leur être imposée contre leur gré pourrait conduire des entreprises dominantes – ou des entreprises escomptant le devenir – à ne pas investir ou à moins investir dans l'activité en question. De même, des concurrents pourraient être tentés de profiter gratuitement des investissements réalisés par l'entreprise dominante au lieu d'investir eux-mêmes. Aucune de ces conséquences ne serait, à long terme, dans l'intérêt des consommateurs.»

► Il n'est pas du devoir de l'État d'intervenir dans la fixation des prix sur des marchés concurrentiels.

Arguments s'opposant à la motion

► **À l'encontre du fondement de l'économie de marché :** Dans une économie de marché, les prix sont le résultat des négociations entre acheteurs et vendeurs. Une intervention dans ce processus de fixation des prix est opportune uniquement dans certaines circonstances bien précises. En d'autres termes, en cas de doute, l'État n'a pas à s'immiscer dans les mécanismes du marché. Une intervention de l'État n'est justifiée que dans les cas de monopole étatique ou de prix administrés, d'abus par des entreprises de leur position dominante sur le marché ou de dépendances de l'acheteur, qui est pour ainsi dire à la merci du vendeur. La politique de la concurrence internationale ne connaît les obligations d'approvisionnement généralisées, telles que visées par la motion Birrer-Heimo, que lorsque des entreprises abusent de leur position dominante sur le marché pour contrôler ou empêcher des importations en dictant des prix de manière illégale. Le droit des cartels en vigueur et les instruments de concurrence de la Confédération permettent toutefois déjà de sanctionner ce genre d'abus. La motion Birrer-Heimo entend imposer des obligations d'approvisionnement généralisées sur la base de quelques cas problématiques isolés, même lorsqu'une entreprise ne possède pas de position dominante sur le marché. Elle va donc à l'encontre de la logique de l'économie de marché.

- ▶ Les autorités suisses ne sont pas en mesure de se renseigner sur les méthodes de fixation des prix pratiquées par les fournisseurs étrangers.
- ▶ **Guère praticable à l'étranger :** La motion exige une obligation d'approvisionner les entreprises ou les consommateurs en Suisse aux prix et conditions valables à l'étranger. Les autorités de la concurrence helvétiques devraient donc, pour déterminer s'il y a abus ou non, constater et comparer les conditions exactes, à savoir outre les prix, également la propension à livrer, les engagements en matière de quantités, les rabais, les prestations de services, les dépenses de publicité, etc. Cela implique qu'elles aient accès à l'ensemble des contrats concernés. Or nos autorités ne sont pas en mesure de mener des perquisitions à l'étranger, ni de contraindre les entreprises étrangères à leur fournir des renseignements. Comment les autorités helvétiques pourraient-elles donc s'informer de la politique de fixation des prix des fournisseurs étrangers ? La motion Birrer-Heimo induirait même une obligation d'approvisionnement dans le monde entier. Il est donc absurde d'exiger qu'un produit fabriqué en Chine, aux États-Unis ou au Sénégal puisse être acheté «aux prix et aux conditions en vigueur dans ces pays».
- ▶ En s'écartant des évolutions du droit de la concurrence international, la Suisse se mettrait elle-même à l'écart.
- ▶ **Absence de collaboration avec les autorités de la concurrence étrangères :** En intervenant dans le fonctionnement du marché comme l'exige la motion Birrer-Heimo, la Suisse s'écarterait des évolutions du droit de la concurrence international et prendrait un tout autre chemin. Elle se mettrait ainsi elle-même à l'écart en termes de politique de la concurrence. Il faut donc exclure toute collaboration avec les autorités étrangères sur une politique de fixation des prix légale à l'étranger. Autant dire que la mise en œuvre d'une telle exigence est illusoire.
- ▶ **Portée très limitée dans le secteur visé :** Les fournisseurs étrangers réagiraient à une ingérence helvétique en adaptant leur politique de distribution. Pour imposer les différences de prix visées, ils peuvent tout d'abord ajuster les conditions de vente locales (degrés de rabais, primes de disponibilité, supplément de prix pour étiquetage plurilingue, facturation de frais supplémentaires pour la livraison en Suisse). Ensuite, ils pourraient fermer leurs sociétés de distribution en Suisse et fournir leurs clients helvétiques uniquement depuis l'étranger. Une société de distribution pour la Suisse pourrait ainsi être délocalisée de Kreuzlingen vers Constance, de sorte que les autorités helvétiques de la concurrence n'aient plus accès aux parties de l'entreprise auparavant installées en Suisse. L'exode vers l'étranger de sociétés de distribution entraînerait des pertes au niveau de la chaîne de création de valeur en Suisse.
- ▶ **Effets secondaires dommageables considérables :** Les producteurs suisses, quant à eux, n'auraient pas d'issue de secours. Il leur serait quasiment impossible de fixer des prix plus bas à l'étranger qu'en Suisse. Ces différences de prix sont nécessaires afin de tenir compte du pouvoir d'achat plus faible à l'étranger et de la concurrence plus vive sur les marchés de plus grande taille. De même, il est souvent nécessaire de pratiquer des prix plus bas lors de l'implantation sur de nouveaux marchés ou pendant la phase d'introduction. Plus le potentiel de vente augmente, mieux les entreprises peuvent répartir les coûts fixes (recherche et développement, sites de production) sur un plus grand nombre d'unités, avec, à la clé, une baisse des coûts moyens. Si la motion était adoptée, un responsable des achats suisse voudrait acheter les produits suisses à l'étranger à un prix moins élevé. Contrairement aux entreprises étrangères, les autorités suisses auraient accès aux données des fournisseurs suisses. L'adoption de la motion Birrer-Heimo rendrait plus difficiles la croissance à l'étranger et l'exploitation des économies d'échelle, ce qui aurait des implications négatives sur la dynamique d'exportations des entreprises suisses. La tentative d'exclure les exportateurs suisses du domaine d'application de la motion au moyen d'une réglementation asymétrique est impossible en raison des obligations fondamentales découlant des règles de l'OMC (principe du traitement national).

- ▶ Même si la motion n'exclut pas explicitement les différences de prix, il incomberait à l'État de définir une « juste » différenciation des prix.
- ▶ Les grands distributeurs possèdent une grande puissance d'achat, même vis-à-vis des fabricants d'articles de marque.
- ▶ Les PME ne profiteraient guère de meilleures conditions d'achat, tandis que le pouvoir de marché des grands distributeurs ne cesserait d'augmenter.
- ▶ **L'État définit le « juste » prix :** En dépit de l'obligation de contracter, la motion prévoit de permettre aux entreprises de continuer à pratiquer des différences de prix. Mais comment une telle différenciation de prix pourrait-elle encore fonctionner face à l'obligation d'approvisionnement et à la prescription du prix ? Que serait une différence de prix « justifiée » ? La question du « juste » prix se pose à nouveau. C'est donc l'État qui devrait décider du prix pouvant être justifié. Cependant, la discussion ne s'arrêterait pas au prix du fabricant, mais s'étendrait très vraisemblablement à la marge « équitable » du commerçant. L'État devrait ensuite s'interroger sur le « magasin adéquat » ou sur les « salaires équitables » et fixer ces derniers.
- ▶ **Le problème des « produits obligatoires en rayon » n'est pas un argument en faveur de la motion.** On prétend qu'un détaillant doit tout simplement avoir certains produits en rayon, faute de quoi il subirait d'importantes pertes de chiffre d'affaires. Cet élément justifierait la motion Birrer-Heimo, qui a été qualifiée de « lex Nivea » dans la NZZ¹³. En fait, il s'agirait plutôt d'une « lex Migros » : les fabricants d'articles de marque souhaitent placer plus qu'un seul produit dans les rayons des grands distributeurs. Mais tous ces produits ne peuvent certainement pas être qualifiés de « produits obligatoires en rayon ». On peut difficilement affirmer que le chiffre d'affaires de Coop ou de Migros diminuerait radicalement en l'absence de la mousse à raser Nivea. En d'autres termes, les grands distributeurs peuvent exploiter leur importante puissance d'achat, qui leur permet d'acheter à bas prix même des produits de marque tels que Nivea.
- ▶ **Le problème des « éléments essentiels » peut être traité sur la base de la législation existante.** Dans certains cas, passer à un produit ou à un service concurrent est lié à des coûts très élevés. Ainsi, changer le logiciel d'un système peut entraîner des coûts d'adaptation importants pour une entreprise. Le fournisseur du logiciel bénéficie de ce fait d'un important pouvoir de marché, même si sa part de marché n'est pas énorme et qu'il ne jouit pas d'une position dominante sur le marché. Le client dépend donc très fortement de la volonté du fournisseur. Ce n'est certainement pas le cas pour une crème hydratante Nivea. De même, les coûts d'investissement pour une imprimante à jet d'encre sont tellement faibles que rien ne s'oppose à un changement. Comme le montre le cas de la société SAP, le problème des éléments essentiels peut être traité sur la base de la législation existante¹⁴.
- ▶ **La puissance d'achat des grands distributeurs serait encore renforcée.** L'adoption de la motion entraînerait un déplacement du pouvoir de marché du vendeur vers l'acheteur. Les responsables des achats de PME ne pouvant pas vraiment compter sur de meilleures conditions d'achat dans le cadre d'une procédure de concurrence, ce sont les grands distributeurs qui en profiteraient le plus. En comparaison internationale, les deux grands distributeurs suisses jouissent déjà d'une position dominante sur le marché. Leur puissance d'achat serait encore renforcée, en particulier vis-à-vis des fournisseurs suisses. On peut également douter que les grands distributeurs cherchent à pratiquer des prix de vente finaux plus bas pour certains produits de marque. En effet, de fortes réductions de prix sur les produits de marque cannibaliserait leurs propres produits. Si les grands distributeurs disposaient d'une puissance d'achat (encore) plus élevée, les réductions de prix seraient également investies dans l'extension de leur propre marge. Il n'est pas du ressort de l'État de faciliter la tâche de négociation des responsables des achats des grands distributeurs, qui sont déjà en position de force.

¹³ Roger Zäch (2012) : Für eine « Lex Nivea » gegen die Hochpreisinsel Schweiz. Es gibt Grenzen der Preisdifferenzierung. In : Neue Zürcher Zeitung, 21 février 2012

¹⁴ Cf. DPC 2010

Réductions de prix : que peut faire l'État ?

► Un renforcement de la concurrence et une baisse consécutive du niveau des prix des produits importés sont à la fois possibles et souhaitables.

Comme le montre la longue liste de contre-arguments ci-dessus, la «lex Nivea» proposée par la motion Birrer-Heimo va incontestablement dans la mauvaise direction. Il en est de même de diverses variantes débattues. Ce n'est pas à l'État de déterminer le «juste» prix sur des marchés concurrentiels. Celui-ci est le résultat de l'interaction entre l'offre et la demande. L'État doit toutefois veiller à ce que la concurrence puisse déployer tous ses effets. Et en Suisse, il y a un potentiel d'amélioration. Ainsi, au lieu de faire porter le chapeau aux entreprises étrangères, la politique devrait éliminer les obstacles à la concurrence. Si la concurrence s'intensifiait, les prix baisseraient. Mais quelles mesures s'avèrent nécessaires ?

Deux approches permettraient de faire baisser durablement le prix des marchandises importées.

► Première approche : intensification de la concurrence par l'élimination des entraves au commerce

► La concurrence doit être intensifiée par l'élimination des entraves non tarifaires au commerce.

La première voie, la plus simple, consiste à aligner les réglementations helvétiques en matière de produits sur celles de l'UE. Le principe du Cassis de Dijon s'applique pour la partie des réglementations non harmonisée au sein de l'UE, et il devrait être appliqué de la même façon en Suisse. Une simplification du remboursement de la TVA devrait également être envisagée pour faciliter les importations parallèles¹⁵. Il faut éviter de manière conséquente des prescriptions divergentes en matière de déclaration des produits. La Suisse ne doit plus être isolée sur le plan de la réglementation des produits. La première approche entend accroître la concurrence intramarché et limiter de cette façon la possibilité de discrimination au niveau des prix.

► Deuxième approche : réduction du coût de la vie

► Un accord de libre-échange dans le domaine agroalimentaire pourrait réduire le coût de la vie et le niveau des prix.

La conclusion d'un accord de libre-échange dans le domaine agroalimentaire permettrait de réduire efficacement le niveau des prix. Cela aurait pour effet de faire baisser le coût de la vie et de réduire les différences de prix par rapport à l'étranger. Les différences observées entre le marché suisse et celui de l'UE seraient aussi fortement réduites. D'une manière générale, il faudrait que la concurrence soit plus vive dans les secteurs axés sur le marché intérieur (soins de santé, construction) ou sur les marchés des infrastructures (énergie, télécommunications, transports, poste). La deuxième approche entend réduire les différences de coûts par rapport à l'étranger.

Les deux approches compliquent l'application de fortes différences de prix pour les entreprises étrangères. La suppression des entraves au commerce et la réduction des différences de coûts dynamiseraient le marché helvétique, plutôt atone de ce point de vue. Cette mesure est indispensable, car les ententes implicites entre les fournisseurs sont nettement plus simples sur un marché atone, qui plus est de petite taille et offrant une bonne vue d'ensemble.

► Une adaptation des prix se produira si de nouveaux concurrents entrent sur le marché, rendant celui-ci plus dynamique.

La solidité du franc l'a démontré : les prix subissent de fortes adaptations lorsque le marché est «remué». Ainsi, l'arrivée de Lidl et d'Aldi a contribué à déranger quelque peu la concurrence de bien-être, essentiellement dans le secteur alimentaire, et le tourisme d'achat a mis les prix sous pression en Suisse. Quelques années plus tôt, c'est Ikea qui modifiait durablement le secteur de l'ameublement en Suisse. Les hypermarchés étrangers du bricolage et des matériaux ont, quant à eux, introduit un plus grand choix de produits à des

¹⁵ Actuellement, les efforts politiques prennent toutefois une direction opposée.

prix plus avantageux. Aussi la réglementation étatique doit-elle permettre de simplifier les entrées sur le marché et de les rendre moins coûteuses, même pour les petits importateurs. Cela signifie notamment aussi que les nouveaux fournisseurs doivent pouvoir obtenir les surfaces commerciales ou les centres de distribution nécessaires. La concurrence stimule le commerce.

► Internet facilite la comparaison des prix et est source de transparence. La concurrence s'en trouve durablement renforcée.

Ce n'est toutefois pas le droit des cartels qui met en premier lieu l'îlot de cherté suisse sous pression. Une évolution bien plus significative se joue en effet en coulisses : Internet accroît considérablement la transparence au niveau des prix sur de nombreux marchés. Le Web permet en effet aux consommateurs de se renseigner en toute simplicité et rapidement sur le prix de nombreux produits. Les moteurs de recherche offrent, en quelques clics, un comparatif des prix entre la Suisse et l'étranger¹⁶. Les produits souhaités peuvent aussi être achetés directement en ligne. Cette nouvelle transparence, souvent sous-estimée, rend de plus en plus difficile la discrimination de certains marchés en termes de prix et accroît durablement la concurrence.

Conclusion

Le « juste » prix n'existe pas. Sur les marchés concurrentiels, le prix est le résultat de l'interaction entre l'offre et la demande. En Suisse, ce sont les salaires élevés qui tirent les prix vers le haut : les consommateurs sont prêts à payer des prix élevés et l'élasticité-prix de la demande est faible. De plus, des réglementations divergentes entre l'UE et la Suisse, ainsi que le cloisonnement du marché agricole helvétique induisent des prix plus élevés et facilitent les différences de prix selon les marchés. Le prix élevé des produits importés est donc le résultat de la conjugaison de nombreux paramètres. Les différences de prix ne sont que l'un d'entre eux. La différenciation des prix, qui constitue plutôt la règle que l'exception, n'est pas mauvaise en soi, car elle permet une augmentation des quantités vendues et, en conséquence, du bien-être.

La motion Birrer-Heimo veut introduire l'obligation d'approvisionner les importateurs suisses aux conditions valables à l'étranger. L'État deviendrait ainsi responsable, par l'intermédiaire des autorités, de la fixation du « juste » prix. La motion, de même que les variantes de textes débattues, sont toutefois absolument inappropriées pour résoudre le problème des prix surfaits en Suisse. Bien au contraire, elles sont nuisibles, impraticables et ont une portée très limitée dans le secteur visé.

Dans le cadre du débat sur l'îlot de cherté suisse, on oublie qu'il est du ressort de la sphère politique de traiter le problème sur la base de principes propres à l'économie de marché. Les réglementations divergentes entre la Suisse et l'UE permettent aux entreprises étrangères de différencier facilement les prix selon les marchés. Le moyen le plus efficace de renforcer durablement la concurrence en Suisse consiste à abolir les entraves tarifaires et non tarifaires au commerce.

¹⁶ La plate-forme « Baromètre des prix » a malheureusement une visée davantage publicitaire qu'informative. Les comparatifs de prix professionnels fournissent des renseignements sur les offres tout en stimulant la concurrence : www.comparis.ch, toppreise.ch, www.ebay.ch, etc.

Le droit des cartels ne doit toutefois pas être détourné à des fins d'interventionnisme étatique à *la motion Birrer-Heimo*. Les principes de la gouvernance économique doivent impérativement être respectés, également dans le cadre de la révision du droit des cartels. Une intervention de l'État ne doit viser que la lutte contre les abus de position dominante. Des cas actuels tels que celui de BMW montrent que le droit des cartels déploie déjà ses effets aujourd'hui et qu'il est en mesure de sanctionner les abus. L'interdiction partielle des cartels proposée par le Conseil fédéral permettra de lutter encore plus simplement contre de tels cloisonnements du marché. Une «lex Nivea» doit en revanche être catégoriquement refusée.

À propos...

Les prix des produits Nivea ont entre-temps été fortement adaptés vers le bas, même sans «lex Nivea». La concurrence intermarques et intramarque semble donc fonctionner. Aujourd'hui, la crème classique Nivea est vendue à moindre prix chez les grands distributeurs suisses qu'en Autriche et en Italie, mais son prix reste toutefois plus élevé qu'en Allemagne, où la concurrence est vive dans le commerce de détail. Chez Lidl Suisse, un pot de 250 ml de crème Nivea ne coûte malgré tout que 2,95 francs, soit nettement moins que chez Migros ou Coop (situation au 1er novembre 2012). Ce prix est même nettement inférieur à celui pratiqué par le détaillant allemand Rewe, chez lequel le même pot de crème coûte l'équivalent de 3,21 francs. Dans les comparaisons de prix, le diable se cache dans les détails...

Pour toutes questions :

rudolf.minsch@economiesuisse.ch

thomas.pletscher@economiesuisse.ch

delphine.jaccard@economiesuisse.ch